

Mercedes Román, profesora de Teoría e historia de la comunicación. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Sección departamental Comunicación. Universidad de Vigo. 36005 Pontevedra.

Erika Fernández, profesora de Creatividad publicitaria básica. Facultad de Empresa y Comunicación. Departamento de Comunicación. Universidad Internacional de La Rioja. 26002 Logroño.

Análisis comparativo de la programación infantil y juvenil de La 2 de TVE y la RTP2 de Portugal

Comparative analysis of television shows aimed at children and young people broadcast by the Spanish and Portuguese second public channels: La 2 and RTP2

Recibido: 26 de marzo de 2012

Aceptado: 6 de mayo de 2012

RESUMEN: El artículo presenta la realidad de dos televisiones de servicio público en el ámbito europeo. Se investiga la programación de los dos segundos canales de España y Portugal. A través del estudio de la parrilla se comparan los principios por los que se rigen La 2 de Televisión Española y la segunda cadena de la Televisão Pública Portuguesa, la RTP2. El análisis se centra en los contenidos infantiles y juveniles. Los resultados encontrados demuestran que en ambos países se da preferencia al público infantil sobre el juvenil, con el que tienen una deuda pendiente en materia de compromiso y mejora.

Palabras clave: TVE, RTP2, televisión pública, audiencia infantil, audiencia juvenil.

ABSTRACT: *The paper shows the situation of two public service broadcasters from the European Union. The research is focused on the programming schedule of the Spanish second public channel (La 2) and the Portuguese second public channel (RTP2). A comparative study of their public duties was carried out in order to analyse the shows aimed at children and youngsters. The findings highlight the preference given to children in both countries opposite to young people. Not only Spain, but also Portugal needs to improve the offer aimed at youngsters.*

Keywords: *TVE, RTP2, public television, children, young people.*

1. El cambio de La 2 de TVE y la RTP2

La etapa previa a que se implantase la Televisión Digital Terrestre (TDT) en España (el 3 de abril de 2010) y se aprobase la nueva Ley de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE)¹ (en vigor desde el 1 de enero de 2010), se caracterizó por el intento de salvar de un posible cierre a La 2 de TVE.

Desde el año 2000, la segunda cadena perdió audiencia². De manera que en 2007 se decidió poner fin a esta coyuntura a través de romper con el posicionamiento que hasta entonces había acompañado a la cadena: cultural y para minorías. El 16 de abril, coincidiendo con el estreno de la temporada primaveral, se puso en marcha una nueva parrilla de programación. Bajo el eslogan *La 2 se mueve*, se perseguía que la segunda cadena fuese más competitiva y, sobre todo, que se acercase al público joven³.

El anuncio de que La 2 iba a cambiar tenía especial relevancia no sólo por ser una cadena de servicio público a los ciudadanos sino también por la nueva identidad que trataba de adaptar, buscando posicionarse entre una audiencia que en ese momento constituía el *target* más olvidado por parte de las televisiones generalistas españolas: los niños y los jóvenes. Se buscaba que fuese una cadena diferente pero que conservase la esencia de servicio público.

En ese mismo año, el 13 de marzo, el segundo canal de la *Radio e Televisão de Portugal* también apostó por un cambio de imagen⁴. Primero denominada A:2, pasó a ser RTP2. Se presentaba la cadena como una alternativa en el panorama audiovisual portugués al apostar por la calidad, la inteligencia y el experimento. Bajo el eslogan *Quem ve, quer ve*, se posicionaba como la cadena que ofrecería al público aquello que nadie le mostraba⁵.

El punto de partida de este estudio fue el análisis de la programación de ambas cadenas atendiendo con especial interés, a los contenidos ofertados para niños y jóvenes. Con el cambio, La 2 buscaba ser diferente. En la medida

¹ Cfr. España, Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de RTVE, *Boletín Oficial del Estado*, 31-8-2009, n.º 210, p. 74003.

² Cfr. TNS (Investigación de mercados y opinión), *Anuario de Audiencias de televisión 2007*, Sofres Audiencia de Medios, Madrid, 2008.

³ Cfr. GABINETE DE PRENSA DE RTVE, "La 2 se mueve", Dossier de prensa, <http://www.rtve.es/comunicacion/sala-de-comunicacion/>, 28-7-2012.

⁴ Véase el perfil de la RTP2 en <http://ww1.rtp.pt/tv/rtp2/includes/rtp2.php> 18-3-2012.

⁵ Cfr. BORGES, Gabriela, "Programação infanto-juvenil de qualidade: o caso da RTP2 de Portugal", *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, abril de 2007, pp. 1-20.

en que La 1, Antena 3, Cuatro, La Sexta y Telecinco no dirigían su oferta al público infantil-juvenil, la cadena se desmarcaba con sus contenidos.

Pero, ¿y con referencia a otras televisiones públicas europeas? ¿La 2 se mantiene como una cadena pública singular? Teniendo en cuenta el contexto señalado, se persigue demostrar la siguiente hipótesis: *La 2 presenta características que la hacen una cadena pública diferente respecto a la segunda televisión de titularidad estatal en Portugal.*

Hay que interpretar la realidad televisiva a través del contexto más próximo ya que, las principales directivas en materia de contenidos audiovisuales vienen impuestas en el ámbito europeo.

De modo que, el presente artículo recoge los resultados del estudio de la parrilla de La 2 y la RTP2 tras el análisis comparativo entre los principios que rigen la oferta de la televisión pública portuguesa y la española mediante el contraste de los contenidos infantiles y juveniles ofertados.

2. Estudio de la segunda cadena de TVE

El estudio de La 2 de TVE se centra en la temporada correspondiente al cambio. Se ha tomado como referencia una semana del mes de junio de 2007, en concreto, del lunes 11 al domingo 17. Para identificar las pautas que definen la programación de la cadena hay que conocer sus antecedentes, la normativa vigente en el momento de la reforma así como el escenario del mercado televisivo.

2.1. Del UHF a La 2 de TVE

TVE-2, conocida por su nombre publicitario La 2 e históricamente por el UHF, es la segunda cadena de servicio público de titularidad estatal en España. Se inauguró el 1 de enero de 1965 con el objetivo de complementar la oferta de la primera cadena. De manera que se constituyó con un fuerte sesgo cultural y una programación dirigida a las minorías urbanas.

En 1990 pasó a llamarse *La 2* con el lema: *La 2, para una inmensa minoría.* Desde 1991 el color corporativo del canal fue el verde. En 2007 se rompió con este posicionamiento y un año más tarde, el color correspondiente a la cadena fue el azul aguamarina.

2.2. La normativa de servicio público

Desde 1980, La 2 fue la segunda cadena del Ente Público RTVE regulado a través de la Ley 4/1980, de 10 de enero, del Estatuto de la radio y la televi-

sión⁶. En el año 2006 este organismo se disolvió y dio lugar a la Corporación RTVE. En el momento del cambio, los principios que regían la programación de la televisión pública en España eran los recogidos en la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal⁷.

Esta nueva normativa recoge el deber de la Corporación de atender de forma específica a los colectivos sociales que requieran una atención específica como la infancia y la juventud. Este cuidado se hará tanto en el número de horas de emisión como en la producción de contenidos adecuados a las diferentes edades. A la Corporación se le atribuye el deber de programar contenidos que animen al conocimiento y la formación junto a una oferta atractiva de entretenimiento creativo e innovador.

Además, las principales cadenas generalistas españolas —entre ellas Televisión Española— firmaron un acuerdo para fomentar la autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia con el fin de proteger a los menores de ciertos contenidos que pudieran perjudicarles⁸.

2.3. *El mercado televisivo español*

En 2007 el mercado televisivo español se caracterizaba por la presencia de seis cadenas generalistas que emitían en abierto a través del sistema terrestre analógico: dos públicas (La 1 y La 2) y cuatro privadas (Antena 3, Telecinco, Cuatro y La Sexta).

Atendiendo a los datos de audiencia, previos al anuncio de la reforma de la segunda cadena, en 2006 Telecinco y Antena 3 lideraban el *ranking*. En tercer lugar se encontraba La Primera de TVE, seguida de Cuatro. La 2 estaba sólo por delante de La Sexta, recién estrenada.

⁶ Cfr. España, Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la radio y la televisión, *Boletín Oficial del Estado*, 12-1-1980, n° 11, p. 844.

⁷ Cfr. Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y tv de titularidad estatal, *Boletín Oficial de Estado*, 6-6-2006, n° 134, p. 21207.

⁸ Cfr. Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e Infancia, 9 de diciembre de 2004, <http://www.tvinfancia.es/Textos/CodigoAutorregulacion/Codigo.htm>, 28-9-2012.

2.4. El contexto de la programación infantil y juvenil

El cambio de La 2 se planteó en un contexto en el que imperaba el malestar por la baja calidad de los contenidos que se emitían en franjas de horario con presencia infantil y también juvenil.

El primer canal de Televisión Española ofrecía contenidos para el público infantil solamente durante el fin de semana y no programaba para los jóvenes. La oferta era competitiva y comercial con compra de contenidos a las grandes productoras y distribuidoras como Warner Bros y Walt Disney. Sin embargo, estos productos se caracterizan por buscar entretener a los más pequeños y no presentan una función pedagógica. Tampoco el primer canal ofrecía ningún contenido de producción propia. Entre las privadas, Antena 3 era la única que se caracterizaba por la presencia de contenidos para los escolares y adolescentes tanto de lunes a viernes como durante el fin de semana aunque tampoco eran espacios producidos por la cadena y ninguno perseguía formar o informar a esta audiencia. Telecinco carecía de oferta para este *target* de lunes a viernes, La Sexta presentaba series de ficción extranjera para jóvenes y Cuatro contaba con un contenedor matinal diario de ficciones extranjeras para niños que se extendía a los jóvenes durante el fin de semana.

2.5. La parrilla de La 2 de TVE

Como se ha señalado, La 2 impulsó una serie de acciones encaminadas a ser más competitiva. En este apartado se exponen las principales características que definieron la forma de programar del segundo canal público español en la temporada primaveral de 2007.

A la vista de los contenidos que La 2 programó de lunes a viernes se distinguen tres tipos de *target* bien diferenciados (véase tabla 1). Por un lado, una audiencia infantil y juvenil y por otro, un público adulto y culto al que se dirigen los programas formativos de las mañanas, la sobremesa y la franja de madrugada del viernes. El fin de semana se caracterizaba por la oferta de espacios de servicio público en los que niños y jóvenes no encontraban su nicho concreto: contenido religioso, deporte, música, informativos especializados, etc.

Durante la semana, La 2 ofertó tres bandas horarias dirigidas al público infantil. En la banda despertador, ofrecía el contenedor *Los Lunnis* dirigido a los más pequeños de la casa. Es un programa de producción propia que vincula varios espacios a través de los protagonistas que le confieren unidad, *Los Lunnis*. Comienza con algún *sketch* protagonizado por estos personajes y se desarrolla a través de distintas series dirigidas a los preescolares. Se vende

de este modo una amplia franja horaria que va desde las 7 hasta las 9.30 de la mañana a través de series de dibujos animados de idénticos *target*. También se intercalaban más historias de los muñecos favoritos⁹ de los niños como, por ejemplo, *Los Lunnis inglés*.

En la franja del mediodía se programaron tres series de dibujos animados dirigidas a un público escolar. Por la tarde, los niños también podían disfrutar de la pequeña pantalla a través del espacio divulgativo de la ciencia propio *Leonart* y después, la serie estadounidense *Blue Water High* que, aunque no está recomendada para los menores de 7 años, los niños mayores sí podían verla.

En cuanto al público juvenil, se emitían dos programas de características similares uno a tras otro, las series *Blue Water High* y *Lois & Clark*, con las que se buscaba crear un flujo de audiencia homogéneo. Después de estas series se programó el informativo nocturno de la cadena, con el que se producía una ruptura del flujo, caracterizada por el regreso de los adultos a los que se dirigen en mayor medida las noticias. Al finalizar, tanto los jóvenes como los adultos podían unirse para ver la comedia americana *Dos hombres y medio*. Por lo que las primeras horas del día son para los preescolares, el mediodía y la primera hora de la tarde escolar y el resto de la franja vespertina es para los jóvenes.

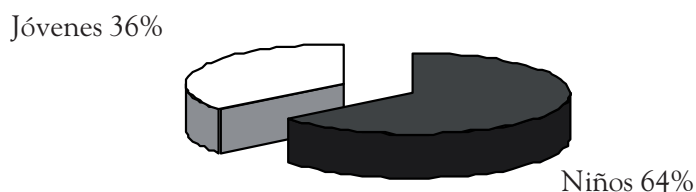
La 2 sigue una estrategia de programación *blocking* ya que busca aunar productos de características similares e idéntico *target* para crear un flujo de audiencia homogéneo en un bloque compacto de programas. Algo que esta cadena persigue tanto en la franja de acceso a mediodía con tres series de dibujos animados, y por la tarde, con el programa *Leonart* y las series que le siguen (*Blue Water High* y *Lois & Clark*).

De manera que se atiende de forma específica a la audiencia infantil, lo cual se refleja tanto en el número de horas emitidas por semana como en la producción y oferta de contenidos apropiados para cada edad, al distinguir entre los preescolares y escolares.

Como se puede ver en el gráfico 1, de lunes a viernes La 2 contó con 1.320 minutos de contenidos para niños (22 horas a la semana) y 730 minutos de programas para jóvenes (12 horas semanales).

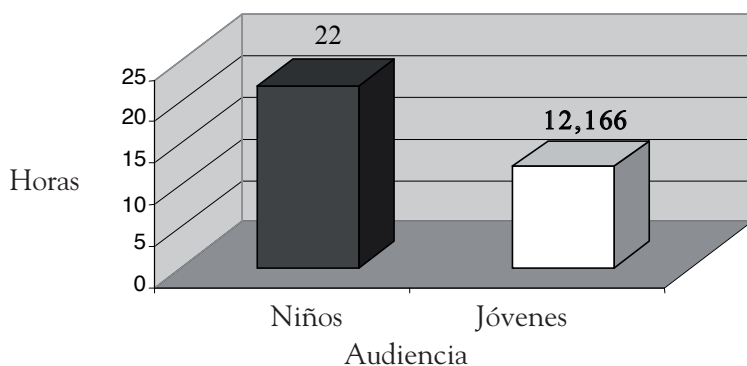
⁹ Según un estudio realizado por la consultora Millward Brown entre enero y febrero 2005 a niños españoles de entre 6 y 12 años, *Los Lunnis* figuran entre la respuesta a la pregunta: ¿cuál es tu personaje infantil preferido? En 2006, *Los Lunnis* fue elegido Mejor Programa Infantil Europeo, y en 2010 recibió el Premio al Mejor Programa Infantil por parte de la Academia de TV.

Gráfico 1. Tiempo total de emisión destinado al público infantil y juvenil (de lunes a viernes)



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 2. Tiempo dedicado al público infantil y juvenil (en horas).
Programación de lunes a viernes**



porada analizada dan forma a este espacio sólo una es para escolares (10%) y 9 son de carácter formativo (81%) mientras tan sólo 2 carecen de propuestas divulgativas (19%).

La oferta de mediodía se dirige en exclusiva a los escolares y se basa en series compradas en el mercado internacional cuyo fin es el entretenimiento. En la tarde *Leonart* suple la carencia formativa y propia para esta audiencia.

Como se deduce de los gráficos y de todo lo expuesto anteriormente, se presta una mayor atención a los niños que a los jóvenes, a los que se dirigen espacios que no son específicos y que solamente tienen la finalidad de entrete-

nerles. Se trata de una oferta no demasiado atractiva y en la que no se persigue informar o formar.

Tabla 1: Parrilla de La 2 del 11 al 17 de junio de 2007¹⁰

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Despertador	7.00-9.00	Los Lunnis: Los animales del bosque, Pimpa, Pocoyó, Los Lunnis sobre ruedas; Los Lunnis: la serie, Little Einsteins; Los Lunnis de vacaciones; Las Tortugas Ninja, Los Lunnis: inglés y Berni: el divertido mundo de los deportes					Uned	
							Los Conciertos de La 2	Buenas Noticias TV
Matinal	9.00-13.00						Los Conciertos de La 2	Shalom
								Islam Hoy
		Aquí hay trabajo					Agrosfera	Con todos los acentos
		La Aventura del saber					En otras palabras	Últimas preguntas
							Uned	Testimonio

¹⁰ El gabinete de prensa de RTVE y el fondo documental proporcionaron la programación de La 2 correspondiente a la semana estudiada. En negrita se han destacado los espacios dirigidos al público infantil y juvenil.

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Matinal	9.00-13.00	Ciudades para el siglo XXI					Parlamento	El Día del Señor
		La película de la mañana						Pueblo de Dios
		Banana Joe	Con ella llegó el amor	El robo de la joya	¿Dónde vas Alfonso XX?	Noche salvaje	El Concierto	El Escarabajo verde
Medio-día	13.00 - 16.00						Palabra por palabra	Estadio 2
		Lola y Virginia					Tendido Cero	
							Sorteo de la lotería nacional	
		Zatch Bell					Padres en apuros	
		Iron Kid					A pedir de boca	
		Saber y ganar						
		Grandes documentales						
Sobre-mesa	16.00 - 18.00	Salvando las especies en peligro				Jara y Sedal	Protagonistas del recuerdo	
		Bricolocus			Mucho viaje			
					Leonart			
Blue Water High								
Blue Water High			Especial informativo: 30 años de democracia	BWH				
Lois & Clark				Lois & Clark				
Acceso a prime time	20.00 - 21.00	La 2 Noticias						Línea 900
		El Tiempo						La 2 Noticias Expres
								Espacios naturales:

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Prime time	21.00 - 00.00	Dos hombres y medio	Baloncesto incluye Sorteo Bonoloto	Dos hombres y medio			Historia sobre rucas	Tesoro del sur
		Sorteo Bonoloto		Sorteo Lotería Nacional	La suerte en tus manos			
		Dos hombres y medio		Dos hombres y medio			La 2 Noticias Exprés	
		Versión española: Historias mínimas	Crónicas	Mujeres desesperadas	Caso abierto	El cine de La 2: Siete días de enero	Es tu cine: Y decirte alguna estupidez, por ejemplo, te quiero	El Rondo
			La 2 Noticias Exprés		La 2 Noticias Exprés			
Late night	00.00 - 02.30	A dos metros bajo tierra	La 2 NE	Días de cine	La 2 Noticias Exprés	La Noche temática		
				La 2 Noticias Exprés	Blood		A 2 metros bajo tierra	
		A dos metros bajo tierra	Ley y Orden	Blood	A dos metros bajo tierra		Miradas 2	
		Blood	Cine de madrugada: Yerma				La Mandrágora	
		La 2 Noticias Exprés		Ley y Orden	Ley y Orden		Blood	Estravagario
Segunda Madrugada	02.30 - 7.00	Cine de madrugada	Cine de madrugada	Cine de madrugada	Ley y Orden	Cine Club	Cine de madrugada	Cine Club
				Conciertos de Radio-3				
		Calle nueva						

Fuente: elaboración propia.

2.6. La oferta de las televisiones privadas

Se exponen los rasgos generales que componen la parrilla de programación de las privadas en la temporada analizada¹¹.

2.6.1. Antena 3

En la franja despertador, de lunes a viernes, ofrecía los dibujos animados japoneses *Shin Chan* (véase tabla 2). Un producto que no tiene ninguna finalidad educativa y el cual es recomendado para los mayores de 7 años, desmarcándose así de la propuesta educativa de la segunda cadena para los preescolares, *Los Lunnis*.

Por otro lado, *Los Simpsons* es un producto que lleva muchos años en antena y ocupa su hueco tanto en la propuesta del mediodía de lunes a viernes como en la del fin de semana. Incluso se ofrece como programa de acceso a la oferta de *prime time* de la noche de los sábados. Se trata de una serie apropiada para el público juvenil de 13 años en adelante.

Se estrenó por primera vez en 1992 en La 2 con discretos resultados de audiencia. Dos años después, la privada adquirió la serie logrando rentabilizarla ya que desde ese año logró una media de casi 1,9 millones de espectadores¹². En 2007, la serie cumplió trece años en la parrilla de programación.

En este sentido se aprecia la diferencia entre las líneas generales que debe seguir una cadena pública y una privada, al apostar por productos más arriesgados y sin ninguna finalidad didáctica sino que sólo tratan de entretener y por consiguiente, ganar audiencia. Lo mismo se puede aplicar a la propuesta infantil para los fines de semana ya que además de la emisión de *Shin Chan* ofrece el contenedor infantil *Megatrix*, compuesto por contenidos que persiguen sobre todo recrear al público infantil. Sobresale el espacio de manualidades *Art Attack* como formativo para los niños frente a la serie de los ochenta, *El Equipo A*. Al igual que La Primera cuenta con series comerciales de la marca Disney como *Hotel, dulce hotel*. Antena 3 también se diferencia por la emisión de un largometraje para niños y jóvenes en el *prime time* de los sábados. Una franja en la que las públicas no atienden a estos dos segmentos de la población

¹¹ Para la elaboración de la parrilla de las cadenas privadas se han tomado los datos del diario *El País* y la revista especializada *Tp*.

¹² COSTOYA, Manuel, "Los Simpsons es la serie más veterana de la televisión en España" *La Voz de Galicia*, 12-8-2009, p. 46.

y que en el caso de Telecinco, se emite el espacio del corazón, *Dolce Vita*. En la semana analizada emitió *La momia*, una película estadounidense de 1999 para los mayores de siete años.

Tanto Antena 3 como Telecinco programan su oferta infantil del fin de semana a horas muy tempranas y que no responden a los hábitos de los niños al comenzar sus emisiones a las 6 de la mañana, todavía considerada franja de segunda madrugada y no registrada en el Código de Autorregulación aunque sí como de salvaguardia del menor.

2.6.2. Telecinco

Los espacios infantiles sólo se programan en la franja despertador y matinal de los fines de semana (véase tabla 3). De forma que los contenidos infantiles han quedado relegados al sábado y el domingo. Una estrategia de programación que se aleja de la empleada en los años 90, cuando irrumpió en el mercado televisivo. Como explica Ricardo Vaca, en junio del 92, Telecinco ya era el segundo canal líder en audiencias, por encima de La 2¹³. Una de las razones que explican su gran crecimiento fue la apuesta por espacios para los pequeños.

2.6.3. Cuatro

En el caso de Cuatro se aprecia una oferta diversificada (véase tabla 4). Por un lado, orientada hacia un público infantil con una tira diaria de dibujos animados de lunes a viernes en la franja despertador y otra los fines de semana en las franjas despertador y matinal. Si bien la mayoría de los contenidos, al igual que sucedía con los de Antena 3, no están recomendados para los menores de 7 años. Pues bajo el espacio *Menudo Cuatro*, se emiten animaciones japonesas cuya trama argumental se basa en el combate. Asimismo, el fin de semana se ofrece el magazín juvenil *Cuatrosfera* con espacios como *Pressing Catch* de lucha libre y que no son aptos ni educativos para los más pequeños.

Por otro lado, la singularidad de la oferta de esta cadena radica en los programas que emite en la franjas de mediodía y sobremesa, de lunes a viernes, con el concurso *Factor Extra* y, las series internacionales dirigidas a los jóvenes *Scrubs* y *Friends*. Entre la oferta de la competencia, sólo La Sexta dedica esta

¹³ VACA BERDAYES, Ricardo, *Quién manda en el mando: comportamiento de los españoles ante la televisión*, Visor, Madrid, 1997, p. 301.

franja también al público juvenil ya que las demás cadenas programan para un público adulto.

En general, su parrilla se basa en ficción seriada que trata de acercarse a un perfil de espectador distinto a las demás generalistas con producciones de reconocido prestigio internacional en el *prime time* (*House*, *Entre Fantasmas* y *Anatomía de Grey*) al igual que trata de hacer La 2 con *Mujeres Desesperadas en la noche de los miércoles*.

2.6.4. La Sexta

Es la única cadena que no emite ningún tipo de espacio infantil, ya sea por la semana o en el fin de semana (véase tabla 5). Presenta las series juveniles *Padre de Familia* y *Futurama* que se emiten antes y después del primer noticiario en la franja de mediodía de lunes a viernes. En el caso del fin de semana se emiten las dos tras el noticiario.

Entre la oferta juvenil también destaca de lunes a viernes el espacio *Sé lo que hicisteis* de la sobremesa que compite con las series de Cuatro, pues se trata de un magazín que aborda la actualidad y la crónica rosa desde una óptica distinta en su intento de acercarse al perfil de espectador joven. *El Intermedio* programado como *lead-in* de la oferta del *prime time*, también es un formato atractivo para el espectador joven de lunes a jueves.

Por último, el sábado por la noche, también presenta una oferta para los mayores de 13 años con la emisión de *Padre de Familia* y la película *Impacto Eminente*. A través de la estrategia de puenteo, se adelanta a la que en esa franja es su principal competencia, Antena 3.

Tabla 2. Parrilla de Antena 3 del 11 al 17 de junio de 2007

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Desper-tador	7.00-9.00	Noticias de la mañana					Únicos	
							Daniel el travieso	
							Power Rangers	
		Shin Chan					Megatrix: El Equipo A; Art Attack; Hotel, dulce hotel; ¿Por qué a mí?; North Shore	
		Espejo Público						
		Las más buscadas						
Medio-día	13.00 - 16.00	La ruleta de la suerte					Shin Chan	
		Los Simpsons						
		Antena 3 Noticias 1						
		El Tiempo						
Sobre-mesa	16.00 - 18.00	Telenovela: El zorro					Multicine: Carolina Moon	Multicine: La muerte no miente
		En antena					Multicine: Un paso detrás de ti	Multicine: El testimo-nio de una noche
Tarde	18.00 - 20.00	El diario de Patricia				El diario del viernes		
Acceso a prime time	20.00 - 21.00	Concurso: ¿Quién quiere ser millonario?						
Prime time	21.00 - 00.00	Antena 3 Noticias 2, incluye el tiempo						
		Círculo Rojo	La tumba perdida de Jesús	Los hom-bres de Paco	El Internado	¿Dónde estás cora-zón?	Los Simpsons	Sin Rastro
					Boston Legal		Cinema-trix: La momia	
Late night	00.00 - 02.30	Paranoia nacional	Buena-fuente	South Park	Buena-fuente			Cine: Ya no puedo esperar
Segun-da Ma-drugada	02.30 - 07.00	Antena 2 Noticias 3						
		Adivina quién gana esta noche	Buenas noches y buena suerte	Adivina quién gana esta noche	Buenas noches y buena suerte	Adivina quién gana esta noche		
		Sueños	Únicos	Sueños	Únicos	Únicos		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Parrilla de Telecinco del 11 al 17 de junio de 2007

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Desper-tador	7.00-9.00	Informativos Telecinco Matinal					Supercampeones	
							El mundo mágico de Brunelesky	
Matinal	9.00-13.00						Birlokus Klub: Dragon Booster; Los padrinos mágicos, Let's go y Las crónicas de Pokemon	
							Embrujadas	
							El coleccionista de imágenes	
							Más que coches	Bricoma-nía
							Decogar-den	Superbike San Marino
Medio-día	13.00 - 16.00	Informativos Telecinco					Rex	
		Aquí hay tomate					Informativos Telecinco	
Sobre-mesa	16.00 - 18.00	Yo soy Bea					Cine On: El núcleo-Enemigos	
		Supervivientes. Perdidos en Honduras						
Tarde	18.00 - 20.00	A tu lado					Fórmula 1 Clasifica-ción	Fórmula 1 Gran Premio
Acceso a Prime Time	20.00 - 21.00	Allá tú					El buscador de historias	
		Informativos Telecinco						

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Prime Time	21.00 - 00.00	Cámara Café				Caiga quien caiga	Sábado dulce vita	Dutifrí
		CSI	Los Serrano	Hospital Central	Supervi- vientes. Perdidos en Honduras			Mentes criminales
			Hormigas Blancas			El colec- cionista (de imá- genes de noche)		Supervi- vientes. Perdidos en Honduras
			Documen- tal: Diana y Hewitt, lo nunca contado					
		Telecinco, ¿dígame?						
Segun- da madru- gada	02.30 - 7.00	Infocomerciales				Más que coches	En concierto	No solo música
						En Concierto	Cómo se rodó	Como se rodó
		Fusión sonora						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Parrilla de Cuatro del 11 al 17 de junio de 2007

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
Desper-tador	7.00-9.00	Menudo Cuatro: Mår, Bola de Dragón GT y Bola de Dragón					Las aventuras de Chuck Finn		
		Concurso: Contamos contigo					Cuatrosfera: El coche fantástico; Viviendo con Derek; Bola de Dragón GT; Pressing Catch; Surferos TV (el domingo: Del 40 al 1)		
		Alerta Cobra							
		Las mañanas de Cuatro							
Medio-día	13.00-16.00	Noticias Cuatro							
		Factor Extra					Humor amarillo		
		Scrubs							
		Friends							
Sobre-mesa	16.00-18.00	Chanel nº 4					Brainiac	El Hormi-guero	
Tarde	18.00-20.00	Alta Tensión					Cine Cuatro: Armas de mujer	Home Cinema: Jane aco-rralada	
		Money, Money							
Acceso a prime time	20.00-21.00								
Prime time	21.00-00.00	Noticias Cuatro incluye Sorteo de la ONCE							
		Factor Extra				Weeds	Todo el mundo odia a Chris	Factor Extra	
		Factor X	House	Entre fantasmas	Prácticas de Ana-tomía	Callejeros	Cine Cuatro: Un día inolvida-ble	Cuenta atrás	
						Soy lo que como			
Late night	00.00-02.30	Noche Hache				Mariposas del Mekong	Golden League. Resumen	Cuarto milenio	
		Cuatrosfera: Kevin Spencer (18) y Fullmetal alchemist (13)				Metrópoli			

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Segunda madrugada	02.30 -	Lláname					Juzgado de Fuadria	Más allá del límite
	7.00	Shopping					Enredo	Millenium
							Famosos en el ring	La mujer amarilla

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Programación La Sexta del 11 al 17 de junio de 2007

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
Desper-tador	7.00-9.00	Sé lo que hicisteis... (R)					No sabe, no contesta		
		El intermedio (R)							
		Teletienda					Apuesta en 20''		
Matinal	9.00-13.00	Despierta y gana					Hoy cocinas tú		
		Crímenes imperfectos							
		Cocina con Bruno Oteiza					Ciencia al desnudo (doc)		
		En un tic-tac					Megaestructuras: megapuentes (doc)		
Medio-día	13.00 - 16.00	Las tentaciones de Eva					La luna está en venta (doc)	Mega-construc-ciones (doc)	
		Padre de familia							
		La Sexta Noticias 14 h.							
		Futurama					Padre de familia		
		Sé lo que hicisteis...					Futurama		
Sobre-mesa	16.00 - 18.00	Bones					DAC. Diario del análisis catódico		
		Cine					El Club de Flo	Especial final de Liga	
Tarde	18.00 - 20.00	El anillo E							

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Acceso a prime time	20.00 - 21.00	La Sexta Noticias 20 h.					La Sexta Noticias 20 h.	
							Padre de Familia	Los irrepetibles
Prime time	21.00 - 00.00					El partido de La Sexta: Sevilla-Villa Real		
		El intermedio						
		Cine: Antes y después	Sé lo que hicisteis la última semana	1977: El año en que cambió casi todo	Navy: investigación criminal	Cine: Ronny & Michelle	Cine: Impacto eminente	
				El Club de Flo				
Late night	00.00 - 02.30	Sexto Sentido	Sabías a lo que venías		The Unit	Bones	Anónimos	Pos partido
		Turno de guardia (R)	Me llamo Earl		Turno de guardia (R)	Bodis Finale		
				Los Soprano		Crímenes Impertectos		
Segunda Ma- drugada	02.30 - 7.00	Juego con la Sexta						

Fuente: Elaboración propia.

3. Estudio del segundo canal de la Radio e Televisão de Portugal

Un acercamiento al modelo de tv pública portuguesa requiere del conocimiento previo de cuatro cuestiones:

- a. El origen de la RTP2 como segundo canal de tv pública
- b. La normativa en materia de servicio público
- c. El mercado televisivo en el momento de estudio
- d. El contexto de programas infantiles y juveniles

En primer lugar se presenta un breve resumen sobre el contexto de la RTP2 y se exponen los principales resultados obtenidos del estudio cualitativo de la programación de la cadena.

3.1. La RTP2

De forma paralela a la realidad de nuestro país, la tv en Portugal nació bajo el régimen dictatorial de Antonio de Oliveira Salazar y años después nació el segundo canal, el 25 de diciembre de 1968¹⁴. El 7 de marzo de 2007, la RTP celebró su 50 aniversario, mientras que las dos privadas no dieron sus primeros pasos hasta 1992 (SIC) y 1993 (TVI).

Bajo el eslogan adoptado en 2007 “Quien ve, quiere ver”, subyace la idea de que *quien* elige la segunda cadena, lo hace *porque* le gustan esos contenidos y los demanda, más allá de que la audiencia vea los programas porque son los seleccionados por el canal para su difusión.

También, en el perfil se evidencia el posicionamiento de la RTP2 como una tv para el público con inquietudes intelectuales que busca algo más que el entretenimiento en la pequeña pantalla y, por lo tanto, los programas no responden al público mayoritario. Una línea editorial en la que no se incluye a los niños y a los jóvenes, sin embargo, su esencia de servicio público la obliga a difundir cada día contenidos apropiados para este colectivo.

3.2. La normativa en materia de televisión pública

La última normativa aprobada por la que se rige la tv pública portuguesa es el *Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão de 25 de Março de*

¹⁴ Sobre la historia de la RTV Portuguesa puede consultarse el libro, *RTP 50 anos de historia*, disponible en el portal web de la tv pública, <http://ww2.rtp.pt/50anos/>, 22-7-2010.

2008¹⁵ firmado entre el Estado portugués y la *Rádio e Televisão de Portugal*. A través de este contrato se obliga al Estado a asegurar el funcionamiento del servicio público de tv, de forma independiente al Gobierno, y a través de un sistema de financiación que, como sucede con la Corporación RTVE en la etapa de estudio considerada, contempla la contrapartida financiera del Estado al mismo tiempo que los ingresos obtenidos por la publicidad.

Las principales diferencias de esta preceptiva con respecto a las disposiciones consideradas en la normativa española son las siguientes:

1. Manifiesto expreso del posicionamiento correspondiente a cada canal. En la Cláusula 2ª del citado contrato de 2008 se estipula el cargo de la RTP1 como primer servicio de programas generalistas, y la de la RTP2, como segundo servicio. Mientras el objetivo del primer servicio es satisfacer las necesidades formativas, informativas, culturales y recreativas del gran público, el segundo servicio, abierto a la participación de la sociedad, tiene como finalidad satisfacer las necesidades informativas, recreativas y, en especial, educativas, formativas y culturales de los diversos segmentos de la ciudadanía, entre los que se incluyen las minorías.

El posicionamiento dado a las dos cadenas generalistas públicas corresponde al que presentan La Primera y La 2. Sin embargo, este perfil no se recoge de forma expresa en las leyes.

2. Se prohíbe la publicidad comercial en la RTP2. Por su parte, la Cláusula 23ª del mismo contrato, establece un límite de seis minutos por hora de publicidad en la RTP1. En el caso de la RTP2, se prohíbe la publicidad comercial. Si bien, se permite la publicidad institucional relativa a la promoción de productos o servicios de manifiesto interés público o cultural así como los patrocinios.

En 2008 el límite de publicidad por hora para las cadenas de TVE se fijó en once minutos y el segundo canal estaba autorizado a emitir publicidad. Igualmente, el régimen portugués no contempla como publicidad las autopromociones, los patrocinios, mensajes institucionales y de solidaridad¹⁶.

3. Mayores responsabilidades atribuidas a los dos canales en materia de programas infantiles y juveniles. Respecto a las obligaciones y compromisos en relación con el público infantil y juvenil, la Cláusula 2ª recoge como objetivo el ofrecer un servicio de programas que procure satisfacer las necesidades formativas y educativas del público infantil y juvenil con una programación diversificada que refleje en sus contenidos los intereses de las diferentes franjas

¹⁵ http://ww1.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/regulamentos_pdf14.php, 22-7-2010.

¹⁶ Cfr. Artículo 40 de la Lei da Televisão, Ley 27/2007 de 30 de julio, *Diário da República*, 1ª serie, nº 145, 30-7-2007, p. 4847.

de edad que integran esta audiencias: de los 3 a los 6, de los 6 a los 10 y de los 10 a los 16 años. Estos contenidos deben desarrollar las potencialidades físicas, mentales y sociales de niños y jóvenes, su capacidad para reflexionar y su sentido crítico y promocionar la cultura y lengua portuguesas.

Por otro lado, la Cláusula 7ª recoge entre las obligaciones específicas de la tv pública portuguesa, el garantizar la producción y transmisión de programas educativos y de entretenimiento destinados al público infantil y juvenil, de modo que se contribuya a su formación.

En relación con los deberes para este público, se señalan por separado las obligaciones específicas del primer y del segundo servicio. Así, en la Cláusula 9ª se recoge como compromiso específico de la RTP1, dirigida al público adulto, incluir espacios regulares de carácter lúdico, formativo y educativo para la audiencia infantil y juvenil. Por su parte, la RTP2, como segundo servicio de fuerte componente cultural y formativo, debe incluir espacios regulares informativos, contextualizada de una manera adecuada, para este público y espacios regulares de programación lúdica, formativa y educativa adecuada a los intereses de los diferentes grupos de edad (de 3 a 6, de 6 a 10 y de 10 a 16 años¹⁷) que promuevan la cultura y lengua portuguesas, y que adapten su difusión a los horarios escolares (cláusula 10). También se fija la frecuencia diaria de los espacios lúdicos, formativos y educativos para el público infantil y juvenil en la RTP2.

Por lo que a la vista de este texto, el Servicio Público de TV en Portugal asume responsabilidades relevantes respecto a los niños y los jóvenes, a los cuales divide en diferentes grupos de edad y se contempla la necesidad de emitir cada día estos espacios además de ofrecer contenidos informativos y no sólo formativos y de entretenimiento. A lo que hay que añadir que se incluye el que este tipo de contenidos reflejen la cultura y lengua portuguesa.

3.3. *El mercado televisivo portugués en 2007*

El país luso cuenta con cuatro cadenas generalistas en abierto, dos privadas –SIC y TVI–, y dos canales estatales –RTP1 y RTP2–. Mientras que en España el apagón analógico se llevó a cabo el 3 de abril de 2010, la tv digital portuguesa comenzó el 12 de enero de 2012 el proceso de *switch off* que abarca

¹⁷ Se aprecia cómo en Portugal se habla de público juvenil hasta los 16 años.

hasta el 26 de abril de ese mismo año¹⁸. Portugal es uno de los últimos países en Europa en llevar a cabo este proceso, dos años más tarde que España.

Aunque Contreras y Palacio señalaban en su libro¹⁹ –respecto al mercado televisivo portugués– que estaba dominado por SIC, en 2005 la TVI consiguió ser líder en audiencias²⁰, este lugar lo mantenía en 2010. En el mes de julio de ese año, según los datos publicados por la empresa especializada en la medición de las audiencias de tv en Portugal, *Marktest Audimetria*, TVI tuvo un 26,5% de *share*, la RTP1 un 23,6%, SIC registró un 22,4% y la RTP2 el 6,6%. A la tv por cable y otros canales le pertenece el 20,9%²¹. Por lo que se aprecia como la RTP2 es una cadena con poca audiencia.

3.4. El contexto de la programación infantil y juvenil

En el año 2007 Portugal presentaba el mismo panorama televisivo que el español. Los cambios introducidos en el panorama audiovisual portugués en la década de los 90 con la llegada de las televisiones privadas tuvieron como consecuencia que tanto los operadores públicos como privados orientasen sus programas por la lógica comercial, en detrimento de los contenidos de calidad y la diversidad en la oferta²².

Portugal es todavía uno de los países en que no hay una normativa específica sobre la tv para niños. Sólo las normativas sobre la redifusión de tv en general hacen alusiones a la audiencia más joven. En el caso de España disponemos del Código de autorregulación de contenidos televisivos e infancia aunque, como su nombre indica, es un modelo y por lo tanto, no existe una obligación legal de cumplir con los principios estipulados.

Como aclara Nunho Pereiro Torres, director ejecutivo de la *Entidade Reguladora para a Comunicação Social*, no existe un código como el español y la experiencia autorregulatoria relacionada con los contenidos televisivos y los niños es un acuerdo de clasificación por edad de los programas, estable-

¹⁸ <http://tdt.telecom.pt/>, 18-3-2012.

¹⁹ Cfr. CONTRERAS, José Miguel y PALACIO, Manuel, *La programación de televisión*, Síntesis, Madrid, 2003, p. 114.

²⁰ <http://www.mediacapital.pt/contentBusinesDescription.aspx?hMenuID=25&vMenuID=196>. 24-8-2010.

²¹ <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~15e3.aspx>, 24-8-2010.

²² Cfr. PEREIRA, Sara (coord.), *A televisão e as crianças. Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC y TVI, ERC*, Lisboa, 2009.

cido el 13 de septiembre de 2006 entre las tres grandes empresas del mercado portugués –para sus servicios de programas generalistas–, RTP, SIC y TVI²³.

En cuanto a la programación infantil y juvenil de las principales cadenas generalistas portuguesas debe señalarse que, a diferencia de lo que sucedía en España en el año 2007, el segmento de niños de 7 a 12 años estaba presente en la oferta de las cuatro cadenas. Aunque, al igual que La 2, el segundo canal de servicio público era el que más tiempo dedicaba a niños y jóvenes.

Otro de los factores diferenciales en Portugal es que, en los operadores privados destaca un formato para los jóvenes de gran éxito: las telenovelas.

Según el informe *A televisão e as crianças. Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC y TVI* en el conjunto de la oferta para niños y jóvenes emitida por los cuatro canales se constata el dominio de programas dirigidos a los preescolares. Los contenidos programados por las distintas cadenas tanto públicas como privadas ponen de manifiesto la falta de inversión de tiempo y recursos para los jóvenes.

Atendiendo a la oferta específica de la tv pública portuguesa, para el público infantil y juvenil se programa de lunes a viernes en la RTP2, mientras que, la pequeña parte de emisión que la RTP1 dedica a este segmento se localiza en la oferta del fin de semana. Una estrategia de complementariedad que corresponde con la adoptada por La Primera y La 2.

3.5. La programación de la RTP2

Con el objetivo de analizar los programas de la RTP2 en relación con la oferta de la segunda cadena de TVE, se ha considerado la parrilla correspondiente a la semana estudiada de la temporada primaveral de 2007 (del 11 al 17 de junio de 2007)²⁴.

²³ Datos facilitados por correo electrónico el 25-8-2010: *Classificação de Programas de televisão*, 13-9-2006.

²⁴ El Archivo de RTP proporcionó la programación de la RTP2 correspondiente a la semana estudiada.

Tabla 6. Parrilla de RTP2 del 11 al 17 de junio de 2007

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
Desper-tador	7.00-9.00	Euronews							
Matinal	9.00 - 13.00	Zig Zag: David; Alex no pomar mágico; Digam com o Noddy; Miffy e os amigos I; A princesinha I; Cliff, o cão vermelho; Ilha das cores I; O mundo secreto de Benjamin; Carteiro Paulo; O urso da casa azul; The Edebts; Lola & Virginia; Little People; Alergia monstra; Menino Pedro; Celso; Sargento Riscado; Animais e amigos; As aventuras do jovem Mozart; Hi Hi Puffy Ami Yumi					África 7 días	Músicas de África	
							Noticias de Portugal	África glob@l	
								Caminhos	
							Universidade aberta	70 x 7	
								Nós	
							Hora Discovery	Da terra ao mar	
								Consigo	
Palcos	Vida por Vida								
Bombordo	Olhar o mundo								
Medio-día	13.00 - 16.00	Hola Discovery					Os Simpsons		
		Sociedade Civil (directo)					Entre pratos	Indis- ciplinas	
							Parlamen- to	Diga la excelência	
		A voz do cidadão							
Sobre-mesa	16.00 - 18.00	Zig Zag: Ilha das Cores; Alergia Monstra; Zombie hotel					Desporto (directo)	Arte e emoção	
		National Geographic							
Tarde	18.00 - 20.00	Pica							Flip
		Diário de Sofia							
		A fé dos homens							
		Euro-deputados	2010	Biosfera	Iniciativa	A alma e a gente			
Acceso a prime time	20.00 - 21.00	Zig Zag: Ilha das Cores I; Yakari/A serie secreta I-II/ A família cenoura/Lola&Virginia/Harry e o balde de dinossauros II-II y Trio do tempo; As aventuras do patinho					Pica	Kulto	

Franja	Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Acceso a prime time	20.00 - 21.00						Kulto	
		Todos contra Chris					Diário de Sofia	Os Simpsons
		National Geographic					Balanço & Contas	
Prime time	21.00 - 00.00	A la hora da sorte						A alma e a gente
		Jornal 2 (directo)						
		Em reportagem	Serviço de Urgência	24	Os amigos de Brian	Irmãos e Irmãs	Indisciplinas	Câmara clara
		Roma	Sempre em Pe	Bastidores	A historia do 1	Vidas	Sessão dupla	Onda curta
		Mundos		Clube de imprensa				
		Late night	00.00 - 02.30	Noites da 2				
Universidades				Sempre em pe				
Segunda madrugada	02.30 - 07.00	Redifusiones						

Fuente: Elaboración propia.

3.5.1. La programación infantil y juvenil

Al observar la parrilla de programas de la RTP2 con la oferta de La 2 en la primera fase del cambio, se observan varias similitudes. En la tabla 6 se encuentran destacados en negrita los espacios dirigidos al público infantil o juvenil.

La primera de ellas, es la existencia de tres bloques de programación infantil de lunes a viernes. Aunque, en este canal, la oferta para niños es más amplia al abarcar más de una franja horaria. Como se puede ver en la tabla 6, en junio de 2007 la segunda cadena de servicio público de Portugal contaba con emitir el contenedor infantil *Zig Zag*, en las franjas despertador y matinal; mediodía y sobremesa; tarde-acceso a *prime time*. Si bien, debe destacarse la falta de innovación en los programas para los más pequeños al estar compuesta por el mismo espacio.

Respecto a la programación juvenil, la RTP2 presenta dos franjas para este *target* de lunes a viernes, la primera en el bloque de tarde y la segunda en acceso a *prime time*. En el primer bloque los jóvenes cuentan con un espacio propio de veinte minutos que, a diferencia de lo programado en la tv pública española, pretende informarlos y no sólo entretenerlos a través de un programa portugués: *Pica*. Después incluyen la serie infantil-juvenil de procedencia también lusa, *Diário de Sofia*.

En el caso del último bloque, la oferta para los chicos y chicas se basa en una serie de ficción extranjera. La RTP2 sigue la estrategia *Aging the demos* basada en el envejecimiento de los grupos demográficos²⁵, que programa tras la última emisión del contenedor, *Todo el mundo odia a Chris*, no recomendada para menores de 13 años²⁶. Se trata de una comedia que La Cuatro estrenó el sábado 3 de marzo de 2007 con una difusión semanal en el *prime time* de los sábados. Ofrecida en la *network* CW, narra la adolescencia del cómico americano de color Chris Rock, productor de la serie y representa la voz en *off*. Ambientada en el Brooklyn de los años 80, la serie refleja el día a día de un adolescente que, por deseo de sus padres, estudia en un colegio de blancos.

En la semana analizada del mes de junio en la que todavía no había finalizado el período escolar²⁷, vemos cómo los niños contaban con un extenso bloque de tiempo para ellos, lo cual, no respondía a sus hábitos y ritmos de vida. Es lógico que si en este período todavía tienen escuela no estén enfrente del televisor en el período matinal en que la RTP2 programa el espacio *Zig Zag*. Asimismo, en la semana analizada el contenedor tuvo el miércoles una duración mayor con respecto a los demás días de la semana (6 horas y 50 minutos frente a las 6 horas diarias).

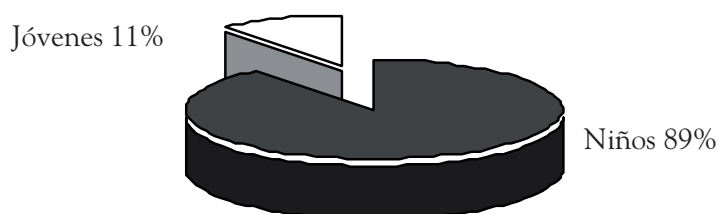
En cifras, de lunes a viernes la RTP2 dedicó 2.475 minutos de contenidos para niños, (41,25 horas a la semana) y 300 minutos de contenidos juveniles (5 horas semanales). A la audiencia infantil se le dedicó una media de 8,5 horas al día y a los jóvenes se les ofreció un total de 5 horas de contenidos al programar una hora diaria de espacios juveniles. En los gráficos 3 y 4 se puede apreciar de manera más clara esta dedicación horaria.

²⁵ Cfr., CONTRERAS, José Miguel y PALACIO, Manuel, *op. cit.*, p. 173.

²⁶ Sección de programación del diario *El País*, 10-3-2007.

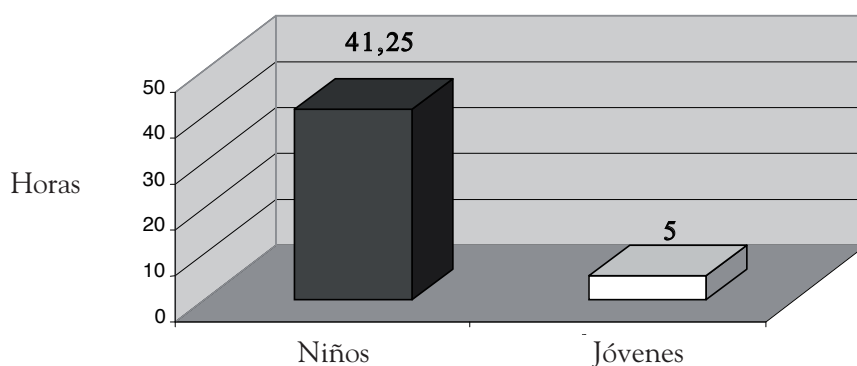
²⁷ El calendario escolar es muy similar al español, las clases comienzan a mediados de septiembre y terminan para San Juan (noche del 23 de junio). Véase: "La distribución de las vacaciones en Europa", *La Vanguardia*, <http://www.lavanguardia.com/vida/20090205/53633893225/la-distribucion-de-las-vacaciones-en-europa.html>, 5-2-2009.

Gráfico 3. Tiempo total de emisión destinado al público infantil y juvenil (de lunes a viernes)



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4. Tiempo dedicado al público infantil y juvenil (en horas). Programación de lunes a viernes



Fuente: Elaboración propia.

La RTP2 como sucede con La 2 de TVE, da preferencia al público infantil frente al juvenil al dedicar el 89% de su parrilla a los niños y relegando el 11% de los contenidos a los jóvenes.

Atendiendo al tipo de programas –informativos, formativos o de entretenimiento; el tipo de público –preescolar, escolar o juvenil-, y si la producción es propia, ajena o externa– se ha encontrado que, como sucede en el segundo canal de TVE, el mejor tratamiento corresponde a los preescolares ya que en ellos está presente la finalidad instructiva. Sin embargo, la RTP2 se caracteriza por contar en su parrilla con un espacio informativo tanto para niños como para jóvenes, un formato ausente en los programas del segundo canal español.

Se ha desglosado la oferta de cada uno de los espacios dirigidos a esta audiencia y se ha encontrado que el bloque de oferta infantil representado por

el contenedor *Zig Zag* se caracteriza por emitir 31 series de dibujos animados. De ellas, 16 se dirigen a los preescolares (51%) y 15 a los escolares (49%). Mientras que 13 de estas series pretenden sólo entretener a la audiencia (42%), 18 se consideran que pueden transmitir algún tipo de conocimiento a los más pequeños (58%).

En relación con el tipo de producción, 3 emisiones son propias, entre las que destaca *Ilha das cores* (10%); 1 es externa (3%), es decir, procedente de Portugal pero no realizada por la tv pública; 2 de procedencia no identificada (7%) y por último, 25 series son de producción ajena y por lo tanto, compradas en el mercado internacional (80%).

De los 16 productos dirigidos a los preescolares, 14 son formativos (78%) y sólo 2 se caracterizan por la ausencia de una finalidad educativa (12%). En el caso de los escolares, 5 son formativos (33%) mientras 10 buscan sólo entretener a la audiencia (67%).

Por otro lado, la oferta para jóvenes de lunes a viernes se caracteriza por dos productos específicos para la audiencia adolescente que, aún sin estar producidos por la tv pública, son producciones de productoras nacionales.

Pica es un espacio presentado por dos hermanos, una chica y un chico de 16 y 17 años, que emiten desde su casa un programa pirata al *hackear* la señal de la RTP2. En forma de ficción, el espacio presenta un bloque de noticias con reportajes de interés para los adolescentes como música, deporte, cine, tecnologías pero también literatura y teatro. También, se fomenta que se participe a través de la red, en la que se incluye información adicional. De manera que se trata de una oferta de carácter informativa-formativa.

En el caso de *Diário de Sofia* se trata de un formato que fue objeto de estudio en el Mercado Internacional de los Contenidos Audiovisual y Digital (MIPTV) en Cannes y nominado en los *Mobile Entertainment Forum Awards* en la categoría de Innovación en 2004. Además, se exportó a diferentes países para que se adaptasen a sus características. Representa la primera serie emitida a través de diferentes soportes (tv, Internet, radio y medios impresos) en la que el espectador puede decidir el desarrollo de la historia, una característica muy importante en la generación interactiva. Gabriela Borges destaca la calidad de este espacio, en especial, por constituir una narrativa que estimula la imaginación del espectador y que no sea previsible. Y en definitiva, señala a esta serie como elemento diferenciador de las propuestas de las demás cadenas, basadas en telenovelas de dudosa calidad²⁸.

²⁸ Cfr. BORGES, Gabriela, "Discusión de parámetros de calidad para analizar programas de La 2: Portuguesa", *Comunicar*, vol. XIII, n° 25, 2º semestre, octubre 2005, (CD-Rom).

Por último, la oferta para niños y jóvenes de la RTP2 presenta una característica diferencial relevante en analogía con la oferta de La 2: su presencia en la oferta del fin de semana. Es decir, el canal público portugués, a diferencia del español, sí emite algún programa dirigido al público infantil y juvenil durante el sábado y el domingo.

Por un lado, la audiencia infantil cuenta con la producción externa *Kulto* en el acceso a *prime time* del sábado. Este espacio se diferencia de *Zig Zag* porque se dirige en concreto a los escolares y no incluye a los preescolares. Los presentadores son dos dibujos animados contruidos por medio de técnicas digitales y los espectadores pueden participar de forma activa en el programa a través del envío de vídeos. El programa se apoya también en Internet y en la radio. El formato proviene de la revista semanal *Kulto* del periódico portugués, *Público*. La ventaja diferencial de este espacio es su carácter informativo sobre temas que interesan a este público ya que, cada episodio presenta un tema específico relativo a las novedades en el sector musical, audiovisual, videojuegos, libros, etc. Al mismo tiempo, se realizan entrevistas a personas relacionadas con el tema de ese día y se pide la opinión del público.

Aunque los dibujos animados representan un recurso para transmitir valores culturales y educativos, la tv pública más que ninguna debe apostar por contenidos de producción propia que contribuyan a informar e implicar a los niños y jóvenes según a las peculiaridades y características específicas de su entorno cultural²⁹.

Por otro lado, los jóvenes cuentan en la franja de mediodía del fin de semana con el clásico de la FOX, *Los Simpsons*. Un producto que en nuestro país se ha convertido en la plaza fuerte de los mediodías de Antena 3. Se trata de un producto más adecuado para el público juvenil y que de hecho, la cadena clasifica como para mayores de 12 años³⁰.

3.5.2. Características generales de programación

Después de explorar los contenidos que componen la programación de la RTP2 para el público infantil y juvenil, se pueden extraer otras características que permiten determinar las similitudes entre la parrilla de la cadena portu-

²⁹ Cfr. RAJADELL, Nuria, PUJOL, M. Antonia y VIOLANT, Verónica, "Los dibujos animados como recurso de transmisión de los valores educativos y culturales", *Comunicar*, vol. XIII, nº 25, 2º semestre, octubre 2005, (CD-Rom).

³⁰ http://tv1.rtp.pt/programas-rtp/index.php?p_id=25512&e_id=&c_id=8&dif=tv, 26-7-2010.

guesa y la española. En función de su temática, el lugar que ocupan en la rejilla, el público objetivo al que se dirigen y el tipo de producción se exponen las pautas que identifican los programas del segundo canal público de Portugal en la temporada analizada.

1. La programación es fruto de la oferta de contenidos de producción externa. La mayoría de los programas son producciones que corren a cargo de productoras externas a la tv portuguesa. Una forma de hacer tv pública que la propia cadena alega. Así, en la página web de la RTP2, se aclara que la mayor parte de producción nacional de la segunda cadena es asegurada a través de productoras independientes. En 2005, el 70% de los programas fueron externos. Y se aclara que, “una de las formas de asegurar la distribución de la inversión pública que recibe para soportar sus emisiones es canalizarla mayoritariamente para el sector de la producción independiente, estimulando así la industria audiovisual portuguesa y a todos sus profesionales”³¹. Una noción que, como se puede ver, difiere de la que se tiene para TVE.

2. Se programan cada día espacios de servicio público de forma que predominan los espacios informativos y formativos sobre los de entretenimiento. Sin considerar la oferta para niños y jóvenes, clasificada como entretenimiento a pesar de contener elementos formativos, tanto en la oferta de lunes a viernes como en la de fin de semana predominan espacios que pretenden informar y formar al público adulto.

3. Se distinguen tres tipos de públicos principales: adultos, niños y jóvenes.

4. Cuenta con productos diferenciales como los espacios en directo.

5. Dispone de varios programas vinculados a la cultura y lengua portuguesa, entre ellos, espacios producidos para la infancia y la juventud.

6. El deporte está presente sólo en la oferta del fin de semana pero a través de un bloque amplio de tiempo en el que se difunden tanto los deportes mayoritarios como los minoritarios.

7. El impulso a la industria nacional se hace de modo diferente. En lugar de programar largometrajes portugueses se dedican *slots* al pase de espacios producidos por entidades ligadas al sector como la *Associação Portuguesa de Produtores de Animação*.

8. La franja de segunda madrugada no tiene ninguna relevancia al destinarse a la redifusión de programas.

9. Destaca una programación comercial en el primer bloque de *prime time* con series estadounidenses de prestigio.

10. En la oferta del fin de semana destacan más producciones portuguesas y contenidos como los que programa La 2 en los que se evidencia la labor de servicio público de ambas cadenas: informativos especializados, depor-

³¹ <http://www.rtp.pt/tv/rtp2/includes/produtores.php>, 29-7-2010.

te, música, religión, toros, actualidad del sector agrícola y pesca, espacios culinarios, programas para inmigrantes y personas con discapacidad.

11. Dispone de formatos no presentes en la parrilla de La 2 en la temporada del cambio como, los *magazines* en directo y el espacio en el que se le da voz al espectador.

4. Conclusiones

A la vista de las características de programación de la RTP2 se puede concluir que la estrategia de contenidos de La 2 de TVE es única respecto a las demás televisiones privadas generalistas españolas pero no con respecto a la RTP2.

Al igual que la segunda cadena de la *Rádio e Televisão de Portugal*, combina los espacios de servicio público con programas para niños y jóvenes y con productos competitivos. Si bien, la segunda cadena de TVE es más comercial que la RTP2 con el predominio de ficción (largometrajes, series, dibujos animados, etc.). Una estrategia que encaja con lo pretendido con *La 2 se mueve*, ser más competitiva y alejada de una parrilla con contenidos demasiado exclusivos que carecen de público.

Respecto a la programación infantil y juvenil debe destacarse la propuesta positiva por parte de la RTP2 de dos espacios de carácter informativo tanto para los niños (*Kulto*) como para los jóvenes (*Pica*) además de productos de entretenimiento de calidad a través de dibujos animados que contienen elementos formativos y la serie portuguesa innovadora *Diário de Sofia*. De lunes a viernes y también en el fin de semana, niños y jóvenes cuentan con una oferta para ellos. Igualmente se contemplan las tres franjas de edad señaladas en el *Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão*.

Tanto la RTP2 como La 2 presentan una oferta a la que Salvador Valdés señala, en su libro *La tv pública desde dentro*, como deseable para las segundas televisiones públicas³². Una programación alternativa a la de las demás – basada en atraer diversos espectadores–. Si bien, desde el nuevo concepto de La 2 atender la demanda de este público no es atender a la “minoría restante” como el autor describe, sino que consiste en programar para aquellas personas que no tienen su sitio en la tv de hoy en día y que siguen siendo importantes

³² VALDÉS, Salvador, *La televisión pública desde dentro*, Fragua Comunicación, Madrid, 2008, pp. 132-133.

no sólo desde el punto de vista cuantitativo, sino también cualitativo como son los niños y los jóvenes.

Como destaca Sara Pereira, aunque el hecho de que los programas y formatos tiendan a ser internacionales cause la impresión de que todos los canales son los mismos, las parrillas son sólo superficialmente similares³³. Cada rejilla de programas proporciona siempre su propio sabor.

Se puede decir que la segunda cadena de TVE es más comercial que la RTP2 pero con la que comparte más similitudes que diferencias. El segundo canal de la *Radio e Televisão de Portugal* presenta una línea editorial y un posicionamiento como el de la segunda cadena antes del anuncio del cambio. Se presenta como una tv para personas con inquietudes intelectuales que desean algo más que entretenimiento y, por lo tanto, minoritaria. Sin embargo, a pesar de tener esta imagen, el público infantil y juvenil tiene su sitio en la parrilla de esta cadena. De forma que los contenidos programados corresponden con los de la segunda cadena: difusión diaria de documentales, espacios religiosos, series extranjeras de renombre en horario de máxima audiencia, un único informativo diario, informativos especializados en la mañana del sábado y oferta infantil y juvenil.

Por lo tanto se refuta la hipótesis de partida y se confirma la siguiente: La 2 es única respecto a las demás televisiones privadas generalistas españolas pero no con respecto a Portugal.

Ya en el contexto del mercado televisivo en el año 2012, debe señalarse que aunque se trata de dos cadenas que han seguido caminos paralelos hasta la llegada de la TDT, tras su establecimiento han seguido por vías diferentes. Mientras que la RTP2 mantiene los contenidos que la caracterizan desde 2007, La 2 de TVE ha vuelto a ser una cadena para minorías de la que se han eliminado los programas infantiles y juveniles, los deportes y otros espacios característicos.

³³ Cfr. PEREIRA, Sara, "The child audience from TV professionals' viewpoints", en BLANCO, Ignacio y RÖMER, Max (coords.), *Los niños frente a las pantallas*, Editorial Universitas, Madrid, 2010, pp. 139-156.

Bibliografía citada

- BORGES, Gabriela, "Discusión de parámetros de calidad para analizar programas de La 2: Portuguesa", *Comunicar*, vol. XIII, n° 25, 2º semestre, octubre 2005, (CD-Rom).
- BORGES, Gabriela, "Programação infanto-juvenil de qualidade: o caso da RTP2 de Portugal", *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, abril de 2007, pp. 1-20.
- CONTRERAS, José Miguel, PALACIO, Manuel, *La programación de televisión*, Síntesis, Madrid, 2003.
- COSTOYA, Manuel, "Los Simpsons es la serie más veterana de la televisión en España", *La Voz de Galicia*, 12-8-2009, p. 46.
- El País*, 10-3-2007.
- El País*, 11/17-6-2007.
- La Vanguardia*, <http://www.lavanguardia.com/vida/20090205/53633893225/la-distribucion-de-las-vacaciones-en-europa.html>, 5-2-2009.
- GABINETE DE PRENSA DE RTVE, "La 2 se mueve", Dossier de prensa, [http://www.rtve.es/comunicacion/](http://www.rtve.es/comunicacion/(sala%20de%20comunicacion)) (sala de comunicación), 28-7-2012.
- HOGAN, Vasco, *RTP. 50 anos de história*, 2007, <http://ww2.rtp.pt/50anos/>, 22-7-2010.
- LEY 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la radio y la televisión, *Boletín Oficial del Estado*, 12-1-1980, n° 11, p. 844.
- LEY 17/2006, de 5 de junio, de la radio y televisión de titularidad estatal, *Boletín Oficial del Estado*, 6-6-2006, n° 134, p. 21207.
- LEY 27/2007, de 30 de julio, Lei da Televisão, *Diário da República*, 1ª serie, n° 145, 30-7-2007, p. 4847.
- LEY 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española, *Boletín Oficial del Estado*, 31-8-2009, n° 210, p. 74003.
- MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia, 9 de diciembre de 2004, <http://www.tvinfancia.es/Textos/CodigoAutorregulacion/Codigo.htm>, 28-7-2012.
- <http://www.rtp.pt/>
- <http://tdt.telecom.pt/>
- <http://www.rtve.es>
- <http://www.mediacapital.pt/>
- <http://www.marktest.com>
- <http://www.erc.pt/>
- PEREIRA, Sara, "The child audience from TV professionals' viewpoints", en BLANCO, Ignacio y RÖMER, Max (coords.), *Los niños frente a las pantallas*, Editorial Universitas, Madrid, 2010, pp. 139-156.
- PEREIRA, Sara (coord.), *A televisão e as crianças. Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC y TVI, ERC*, Lisboa, 2009.
- RAJADELL, Nuria, PUJOL, M. Antonia y VIOLANT, Verónica, "Los dibujos animados como recurso de transmisión de los valores educativos y culturales", *Comunicar*, vol. XIII, n° 25, 2º semestre, octubre 2005, (CD-Rom).
- REVISTA TP, n° 2149, 11/17-7-2007.

TNS, (Investigación de mercados y opinión), *Anuario de Audiencias de televisión 2007*, Sofres Audiencia de Medios, Madrid, 2008.

VACA, Ricardo, *Quién manda en el mando: comportamiento de los españoles ante la televisión*, Visor, Madrid, 1997.

VALDÉS, Salvador, *La televisión pública desde dentro*, Fragua Comunicación, Madrid, 2008.